

Prémio Barclays Líderes da internacionalização

O empresariado português
não está habituado
a trabalhar entre si.

NUNO BRITO LOPES

Sócio do escritório de advogados PLMJ

FISCALIDADE

Plano de entrada em novos mercados deve olhar factores fiscais com atenção

O especialista em assuntos fiscais, Rui Guedes Henriques, aponta cinco pontos-chave que as empresas devem analisar, quando pretendam desenvolver o respectivo plano de internacionalização



Rui Guedes Henriques | O tax partner da Baker Tilly identifica as questões cruciais para o sucesso da internacionalização.



João Coutinho | Administrador do Barclays, entidade que promove o prémio líder

O sucesso ou insucesso da estratégia de internacionalização de uma empresa está, inevitavelmente, associada a todo um plano prévio de preparação da entrada no novo mercado. A abordagem fiscal é, neste processo, um factor que poderá mostrar-se crucial para que a aposta no exterior seja bem sucedida. Rui Guedes Henriques, tax partner da Baker Tilly Portugal, identifica pelo menos cinco factores-chave aos quais é necessário dar resposta.

Um dos aspectos determinantes para acautelar a forma como a internacionalização se vai desenrolar é, desde logo, a estrutura societária que vai ser adoptada para estar presente no mercado alvo. Isto porque, sus-

tenta Rui Guedes Henriques, a forma legal adoptada terá necessariamente impacto nos aspectos financeiros e fiscais.

O financiamento da internacionalização é igualmente importante, já que quando a empresa aposta no exterior é obrigada, normalmente, a um investimento inicial avultado que não se traduz, com naturalidade, em proveitos imediatos. A possibilidade de deduzir custos de financiamento iniciais em Portugal é uma das hipóteses colocada pelo tax partner da Baker Tilly.

Outro capítulo é o dos benefícios fiscais. Conforme evidencia Rui Guedes Henriques, a legislação portuguesa contempla a possibilidade

de recurso a financiamento a fundo perdido e a benefícios fiscais para internacionalização, nomeadamente quando estão em causa apostas ao nível investigação e desenvolvimento, o chamado I&D. Os empresários não devem também descurar a possibilidade de nos mercados de destino poderem existir incentivos ao investimento.

Já ao nível da tributação dos fluxos de bens, o quarto factor-chave apontado pelo partner da Baker Tilly, e quando estão em causa exportações, aspectos que devem ser levados em conta são, nomeadamente, o impacto do IVA ou eventuais impostos sobre as transacções no país de destino. Até porque,

adianta, as taxas poderão esbater parte da margem de lucro ou até mesmo retirar competitividade aos produtos a comercializar.

Tributação dos recursos humanos

Um derradeiro aspecto é aquele que se prende com a tributação dos recursos humanos. Tal evidencia o fiscalista, é comum as empresas enviarem alguns dos seus melhores quadros para os países onde pretendem investir. Assim sendo, é preciso acautelar qual o impacto dos impostos sobre as remunerações, de modo a assegurar que os colaboradores não irão ficar com um rendimento inferior ao que lhes é pago no nosso País. "As organizações dependem

das pessoas e devem manter níveis de motivação elevados", enfatiza Rui Guedes Henriques.

Os cinco aspectos apontados pelo sócio da Baker Tilly são tanto mais importantes quanto se sabe que os mesmos pode resultar o sucesso ou insucesso do projecto de internacionalização.

É deste conjunto de factores que depende a viabilidade da presença num mercado externo e o consequente contributo para uma economia mais saudável. Até porque, como evidencia João Coutinho, administrador do Barclays, "a internacionalização é uma área particularmente chave para a nossa economia". JM



Para a nossa dimensão
[enquanto País]
exportamos pouco.

VÍTOR BENTO
Economista

TRÊS EMPRESAS, TRÊS EXPERIÊNCIAS

O mobiliário, o ambiente e o “fiel amigo”

NOME: Luís Pires
EMPRESA: Jeset Portugal
CARGO: Jeset Portugal



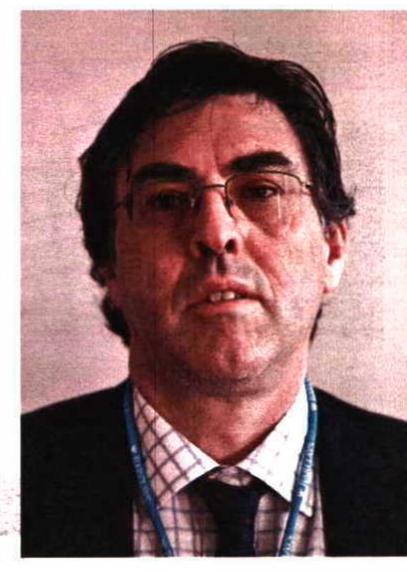
A aposta na internacionalização já foi feita e os países africanos de expressão portuguesa - particularmente Angola, Moçambique e Guiné-Bissau - são os destinos preferenciais para a colocação dos produtos que a firma sedeadada em Lisboa comercializa. Os mercados externos não são, porém, o principal suporte da actividade da empresa, admite Luís Pires, o seu sócio gerente. A Jeset Portugal, que representa no País, em exclusividade, algumas marcas europeias conceituadas no sector do mobiliário para escritórios, bibliotecas, museus ou estabelecimentos escolares, é pois, antes de mais, uma empresa importadora. Mas a procura dos mercados externos está longe de se encontrar esquecida. “A internacionalização de qualquer empresa é fundamental. Proporciona mais perspectivas de negócio. Devemos estar sempre abertos a essas novas possibilidades. Somos importadores, mas acabamos também por exportar para os mercados lusófonos”, observa Luís Pires, adiantando que em alguns daqueles países africanos a empresa já dispõe de espaços próprios. Fundada em 1995, a Jeset Portugal é actualmente uma PME Leader e tem no seu portfólio de clientes com um grupo sonante de entidades. Entre estes estão a Presidência da República, o Banco de Portugal ou a Portugal Telecom.

NOME: Dina Frade
EMPRESA:Louritex
CARGO: Administradora

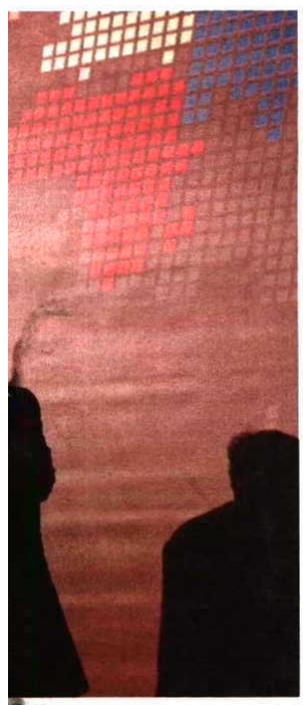


Com um volume de negócios anual na ordem dos 11 milhões de euros, cerca de 90% do valor das vendas da Louritex, uma empresa do sector de metalomecânica da Lourinhã, resultam da actividade exportadora. Dina Frade, administradora da firma, sublinha que a Europa é o principal destino dos produtos que comercializam, pese embora o reforço da aposta no exterior tenha já sido equacionado em direcção a outras geografias. “Privilegiamos toda a Europa. Agora mais a Europa da Leste. Contudo, estamos também a expandir-nos para o continente africano e para a América”, enfatiza a empresária, dando nota de que a estratégia de facturar nos mercados externos, com uma expressão já significativa, é para reforçar ainda mais. Herdeira de uma empresa - Matos & Frade, Lda - criada em 1968, a Louritex esteve inicialmente vocacionada para a produção de ferragens e equipamentos agrícolas. A partir dos anos 90, direccionou a sua actividade para o mercado de reciclagem de metais, com o fabrico e comercialização de prensas e enfardadeiras de sucata. O início das exportações deu-se em 1995, com as primeiras máquinas a seguirem para o Reino Unido. Hoje, presente em mercados como o alemão, holandês, francês, australiano, venezuelano ou polaco, é das vendas no exterior que retira 90% da facturação.

NOME: Fernando Rodrigues
EMPRESA:Constantinos
CARGO: Director financeiro



Onde há portugueses, o “fiel amigo” não pode faltar. É isso que procura assegurar a Constantinos, uma empresa que se dedica à cura, embalagem e comercialização de... bacalhau. Com um volume de negócios que ascende aos 25 milhões de euros, esta firma, cuja sede é em Torres Vedras, apostou recentemente na internacionalização. “A nossa actividade tem um peso importante no mercado interno, mas começámos a apostar nas exportações, com bons resultados, no ano passado. Em 2011 queremos prosseguir, porque o mercado português é relativamente pequeno e a conjuntura não ajuda”, explica Fernando Rodrigues, director financeiro da Constantinos. Isto, sem deixar de olhar com atenção também para os países africanos de expressão portuguesa, explica ainda Fernando Rodrigues. A firma foi fundada em 1990. O produto que comercializam chega da Noruega, Islândia e Canadá, mas ainda sem o processo de secagem concluído. Este é levado a cabo em instalações que a empresa possui em Ilhavo e obedece ao método tradicional português.



na internacionalização.

Um dos capítulos a ter em conta é o dos possíveis benefícios fiscais a que o empresário poderá recorrer por força da aposta nos mercados externos.



A internacionalização é uma
área particularmente chave
para a nossa economia.

JOÃO COUTINHO
Administrador do Barclays



As organizações dependem
das pessoas e devem manter
níveis de motivação elevados.

RUI GUEDES HENRIQUES
Tax partner da Baker Tilly Portugal

Internacionalização abre portas ao crescimento da economia

Conferência do Barclays, em Lisboa, no âmbito do prémio “Líderes da Internacionalização”, dá pistas aos empresários que querem apostar nos mercados externos.



BARCLAYS

